

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学 号: 17820060153148

UDC\_\_\_\_\_

厦 门 大 学

博 士 学 位 论 文

酒店服务质量管理承诺对员工工作绩效与离职倾向的影响机制研究——以关系质量为中介

**Influencing mechanism of Management Commitment to Service Quality  
of Hospitality on Employee's Job Performance and Turnover Intention  
--The Mediating Role of Relational Quality**

**李建中**

指导教师姓名: 黄 福 才 教授

专 业 名 称: 旅 游 管 理

论文提交日期: 2013 年 10 月

论文答辩时间: 2013 年 12 月

学位授予日期: 2013 年 12 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2013 年 10 月

厦门大学博硕士论文摘要库

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（        ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日

## 摘 要

随着酒店业竞争的加剧，如何提高酒店员工工作绩效、降低流失率，已成为酒店保持其竞争优势的关键因素，也是酒店经营管理中面临的重要战略决策。

本研究以酒店员工为研究对象，以刺激—情感状态—行为反应为主线，结合相关理论，以关系质量为中介，对酒店服务质量管理承诺对员工工作绩效与离职倾向的影响机制进行研究，研究创新点主要体现在：（1）首次将酒店服务质量管理承诺、关系质量及工作绩效和离职倾向进行整合研究，构建了以酒店服务质量管理承诺为源头，关系质量为纽带，工作绩效和离职倾向为结果的整合模型；（2）构建了酒店服务质量管理承诺与关系质量之间的关系模型，并验证酒店服务质量管理承诺与关系质量各维度之间的关系；（3）探索和检验关系质量变量之间的内部关系；（4）确立酒店服务质量管理承诺、关系质量的各自维度结构；（5）将服务质量管理承诺引入酒店行业情境，对服务质量管理承诺做出了新的界定，并融入酒店工作环境要素，实现其操作化。

通过实证分析，本文得出以下结论：（1）酒店服务质量管理承诺对工作绩效、离职倾向影响存在着这样的心理传导机制，即酒店服务质量管理承诺→工作满意→员工信任→员工承诺→工作绩效或离职倾向，此结论揭开了酒店员工行为产生过程中的情感“黑箱”，全面反映了员工的情感状态变化过程；（2）关系质量变量受酒店服务质量管理承诺各维度的影响，进而对工作绩效和离职倾向产生影响，关系质量在其中起着重要的中介作用；（3）工作满意是员工信任和员工承诺的前因变量，而员工信任是员工承诺的前因变量；（4）酒店服务质量管理承诺各维度是关系质量的重要驱动因素；（5）实证检验了在酒店情境下的服务质量管理承诺的四维度结构。

通过对酒店服务质量管理承诺对员工工作绩效与离职倾向的影响机制的研究，本文得出了系列结论，一方面，丰富和发展了内部营销、关系质量、刺激—情感状态—行为反应等相关理论；另一方面，深化了对酒店员工行为产生过程的认识，为酒店提高员工工作绩效、降低离职倾向的相关研究引入新视角，为酒店实施提高员工工作绩效战略，制订降低员工离职倾向的具体措施提供理论指导。

**关键词：**服务质量管理承诺；关系质量；工作绩效；离职倾向

## **Abstract**

With the growing competition in the hotel industry, that how to improve the employee's job performance and lower the employee's turnover rate in hotel has become the important strategic decision-making in the operating management of hotel, because it is the critical factor to sustain the invincible position and competitive advantage in the intense market competition.

This paper, based on the related theory, mediated by relationship quality, studies the influencing mechanism of management commitment to service quality of hospitality on employee's job performance and turnover intention. The innovations of research are as follows: (i) first constructing the integrative model, which begins with the management commitment to service quality, is mediated by relationship quality, and ends up with job performance and turnover intention; (ii) constructing the relationship model of the management commitment to service quality and relationship quality in hotel, and also verifying the relationship between dimensionalities of management commitment to service quality in hotel and relationship quality; (iii) exploring and testing the internal relationship of variables of relationship quality; (iv) establishing the dimensionality structure of management commitment to service quality and relationship quality; (v) the management commitment to service quality is introduced into the hotel industry.

Based on the empirical analysis of hotel employee, The following conclusions are drawn: (i) the generating process results of employee's job behavior in hotel experience environmental stimuli(management commitment to service quality), emotional states(employee satisfaction, employee trust, employee commitment) and behavior results(job performance, turnover intention), which reflects that the generating process of employee's behavior in hotel experiences Environmental Stimuli-Emotional States-Behavioral Responses; (ii) the variables of relationship quality are influenced by all the dimensionalities of management commitment to

service quality, and then have effects on job performance and turnover intention, and more, relationship quality plays an important mediating role in the effect of management commitment to service quality on the job performance and turnover intention; (iii) employee satisfaction is antecedent variables of employee trust and employee commitment, while employee trust is the antecedent variable of employee commitment; (iv) all the dimensionalities of management commitment to service quality in hotel are the important driving factors of relationship quality; (v) the management commitment to service quality in hotel includes four dimensionalities: organizational support, organizational reward, organizational empowerment and organizational training.

In summary, on the basis of the study of the influencing mechanism of management commitment to service quality in hotel on employee's job performance and turnover intention, this paper draws upon a series of conclusions. On one hand, it enriches and develops the related theory, such as Internal Marketing Theory, Relationship Quality Theory, Environmental Stimuli-Emotional States-Behavioral Responses Theory. On the other hand, it deepens the understanding of job behavior process of the hotel staff, offers a new perspective for the related research on improving employee's job performance and lowering turnover intention. Finally, it provides the theoretic guidance for the implement of the strategy of enhancing employee's job performance and the formulation of specific measures of lowering the employee's turnover intenston.

**Key words:** Management Commitment to Service Quality; Relationship Quality; Job Performance; Turnover Intention

## 目 录

<b>第 1 章 绪论</b>	<b>1</b>
1.1 研究背景	1
1.1.1 现实背景	1
1.1.2 理论背景	5
1.2 研究问题的提出	6
1.3 研究目的与研究意义	8
1.3.1 研究目的	8
1.3.2 研究意义	9
1.4 研究范围及主要创新尝试	11
1.4.1 研究范围	11
1.4.2 主要创新尝试	12
1.5 研究方法与技术路线	13
1.5.1 研究方法	13
1.5.2 技术路线	14
1.6 论文框架与内容安排	16
1.7 本章小结	17
<b>第 2 章 研究综述与评析</b>	<b>18</b>
2.1 服务质量管理承诺研究综述	18
2.1.1 服务质量管理承诺的内涵	18
2.1.2 服务质量管理承诺的测量	19
2.1.3 服务质量管理承诺研究评析	23
2.2 工作满意研究综述	25
2.2.1 工作满意的概念及内涵	25
2.2.2 工作满意的影响因素	26
2.2.3 工作满意的测量维度	27



2.2.4 工作满意的结构模型 .....	29
2.2.5 工作满意的相关实践研究 .....	34
2.2.6 工作满意研究评析 .....	35
2.3 组织信任研究综述 .....	36
2.3.1 组织信任的界定及内涵 .....	37
2.3.2 组织信任模型 .....	38
2.3.3 组织信任的结构研究 .....	40
2.3.4 组织信任的维度划分 .....	42
2.3.5 组织信任研究评析 .....	44
2.4 组织承诺研究综述 .....	44
2.4.1 组织承诺的界定及内涵 .....	45
2.4.2 组织承诺的影响因素 .....	46
2.4.3 组织承诺模型 .....	49
2.4.4 组织承诺的测量维度 .....	52
2.4.5 组织承诺的相关研究 .....	53
2.4.6 组织承诺研究评析 .....	55
2.5 工作绩效研究综述 .....	55
2.5.1 工作绩效的概念及内涵 .....	56
2.5.2 工作绩效的影响因素 .....	57
2.5.3 工作绩效的测量维度 .....	58
2.5.4 工作绩效的结构模型 .....	59
2.5.5 工作绩效的相关实践研究 .....	65
2.5.6 工作绩效研究评析 .....	67
2.6 离职倾向研究综述 .....	67
2.6.1 离职倾向的概念及内涵 .....	67
2.6.2 离职倾向的影响因素 .....	68
2.6.3 离职倾向模型 .....	70
2.6.4 离职倾向的相关研究 .....	72
2.6.5 离职倾向研究评析 .....	73

2.7 服务质量管理承诺对工作绩效与离职倾向的影响机制研究综述 .....	73
2.7.1 相关影响机制模型 .....	74
2.7.2 相关影响机制模型研究评析 .....	79
2.8 本章小结 .....	81
<b>第 3 章 基础理论及其启示 .....</b>	<b>83</b>
3.1 基础理论 .....	83
3.1.1 内部营销理论 .....	83
3.1.2 关系质量理论 .....	85
3.1.3 期望不一致理论 .....	89
3.1.4 组织信任理论 .....	91
3.1.5 组织承诺理论 .....	93
3.1.6 刺激--情感状态--行为反应理论 .....	96
3.2 基础理论对本研究的启示 .....	102
3.2.1 内部营销理论的启示 .....	102
3.2.2 关系质量理论的启示 .....	104
3.2.3 期望不一致理论的启示 .....	105
3.2.4 组织信任理论的启示 .....	106
3.2.5 组织承诺理论的启示 .....	107
3.2.6 刺激—情感状态—行为反应理论的启示 .....	108
3.3 本章小结 .....	109
<b>第 4 章 理论模型构建与研究假设 .....</b>	<b>111</b>
4.1 理论模型构建基础 .....	111
4.1.1 本研究中的酒店含义 .....	111
4.1.2 酒店员工人性及个体差异的认识 .....	112
4.1.3 酒店员工服务对象的认识 .....	113
4.1.4 酒店作为正式组织的认识 .....	114
4.2 理论模型构建 .....	115
4.2.1 以内部营销理论为理论出发点 .....	115
4.2.2 以刺激—情感状态—行为反应理论为整体理论框架 .....	116

4.2.3 以期望不一致理论为基础构建工作满意度机制模型 .....	118
4.2.4 以关系质量理论为基础构建中介机制模型 .....	118
4.2.5 前因变量——对酒店情境下的服务质量管理承诺的理论分析 .....	119
4.2.6 中介变量——对员工情感状态的理论分析 .....	123
4.2.7 结果变量——对员工行为反应的理论分析 .....	126
4.3 整合的理论模型 .....	128
4.4 研究假设 .....	130
4.4.1 服务质量管理承诺与工作满意的关系假设 .....	130
4.4.2 服务质量管理承诺与员工信任的关系假设 .....	132
4.4.3 服务质量管理承诺与员工承诺的关系假设 .....	134
4.4.4 关系质量各变量之间的关系假设 .....	136
4.4.5 关系质量与工作绩效的关系假设 .....	137
4.4.6 关系质量与离职倾向的关系假设 .....	139
4.5 本章小结 .....	141
<b>第 5 章 研究设计与数据收集 .....</b>	<b>143</b>
5.1 研究变量的测量指标选取 .....	143
5.1.1 自变量的测量指标选取 .....	143
5.1.2 中介变量的测量指标选取 .....	144
5.1.3 因变量的测量指标选取 .....	146
5.2 变量测量的信度和效度评价 .....	147
5.2.1 试测样本的数据收集与信度评价 .....	147
5.2.2 试测样本的效度评价 .....	150
5.3 数据收集与整理 .....	154
5.3.1 调查对象的选取 .....	154
5.3.2 数据收集过程 .....	155
5.4 样本描述性统计分析 .....	155
5.4.1 人口学统计特征分析 .....	155
5.4.2 工作信息统计 .....	157
5.5 本章小结 .....	158

<b>第 6 章 数据质量评估与假设检验</b>	<b>159</b>
6.1 数据质量评估	159
6.1.1 样本数据的信度评估	159
6.1.2 组合信度	161
6.1.3 抽样数据的效度评估	162
6.1.4 酒店服务质量管理承诺验证性因子分析	167
6.1.5 二阶验证性因子分析	170
6.2 初始模型评价分析	171
6.2.1 初始模型拟合优度检验	171
6.2.2 初始模型假设检验	171
6.3 修正模型评价分析	173
6.3.1 修正模型拟合优度检验	173
6.3.2 修正模型假设检验	174
6.3.3 修正模型路径的影响效益分析	174
6.3.4 修正模型的预测力	177
6.3.5 修正模型与竞争模型的比较分析	178
6.4 研究结论讨论	180
6.4.1 酒店服务质量管理承诺的维度结构	180
6.4.2 酒店服务质量管理承诺与关系质量变量的关系	180
6.4.3 关系质量变量之间的内部关系	181
6.4.4 关系质量与工作绩效、离职倾向的关系	182
6.4.5 关系质量变量的中介作用	183
6.5 本章小结	184
<b>第 7 章 研究结论与展望</b>	<b>185</b>
7.1 主要研究结论	185
7.2 理论贡献与管理启示	188
7.2.1 理论贡献	188
7.2.2 管理启示	190
7.3 研究局限与展望	194

7.3.1 研究局限 .....	194
7.3.2 研究展望 .....	196
<b>[参考文献] .....</b>	<b>198</b>
<b>调查问卷 .....</b>	<b>233</b>
<b>在学期间科研成果 .....</b>	<b>236</b>
<b>致 谢 .....</b>	<b>237</b>

## Contents

<b>Chapter 1 Introduction</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Background of Study</b>	<b>1</b>
1.1.1 Practical Background	1
1.1.2 Theoretical Background	5
<b>1.2 Statement of Problem</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Purposes and Significance of Study</b>	<b>8</b>
1.3.1 Purposes of Study	8
1.3.2 Significance of Study	9
<b>1.4 Areas and Innovations of Study</b>	<b>11</b>
1.4.1 Study Areas	11
1.4.2 Innovations of Study	12
<b>1.5 Methods and Technical Lines</b>	<b>13</b>
1.5.1 The Methodology	13
1.5.2 The Technical Lines	14
<b>1.6 Research Process Outline</b>	<b>16</b>
<b>1.7 Chapter Summary</b>	<b>17</b>
<b>Chapter 2 Literature Analysis and Review</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Management Commitment to Service Quality</b>	<b>18</b>
2.1.1 Connotation of Management Commitment to Service Quality	18
2.1.2 Measurement of Management Commitment to Service Quality	19
2.1.3 Review of Management Commitment to Service Quality	23
<b>2.2 Job Satisfaction</b>	<b>25</b>
2.2.1 Concept and Connotation of Job Satisfaction	25
2.2.2 Influencing Factors of Job Satisfaction	26
2.2.3 Measurement Dimensions of Job Satisfaction	27

2.2.4 Structural Model of Job Satisfaction·····	29
2.2.5 Related Practical Research on Job Satisfaction·····	34
2.2.6 Review of Job Satisfaction·····	35
<b>2.3 Organizational Trust·····</b>	<b>36</b>
2.3.1 Concept and Connotation of Trust·····	37
2.3.2 Models of Organizational Trust·····	38
2.3.3 Structure of Organizational Trust·····	40
2.3.4 Dimensions of Organizational Trust·····	42
2.3.5 Review of Organizational Trust·····	44
<b>2.4 Organizational Commitment·····</b>	<b>44</b>
2.4.1 Concept and Connotation of Organizational Commitment·····	45
2.4.2 Influencing Factors of Organizational Commitment·····	46
2.4.3 Measurement Dimensions of Organizational Commitment·····	49
2.4.4 Models of Organizational Commitment·····	52
2.4.5 Related Research on Organizational Commitment·····	53
2.4.6 Review of Organizational Commitment·····	55
<b>2.5 Job Performance·····</b>	<b>55</b>
2.5.1 Concept and Connotation of Job Performance·····	56
2.5.2 Influencing Factors of Job Performance·····	57
2.5.3 Measurement Dimensions of Job Performance·····	58
2.5.4 Model of Job Performance·····	59
2.5.5 Related Research on Job Performance·····	65
2.5.6 Review of Job Performance·····	67
<b>2.6 Turnover Intention·····</b>	<b>67</b>
2.6.1 Concept and Connotation of Turnover Intention·····	67
2.6.2 Influencing factors of Turnover Intention·····	68
2.6.3 Model of Turnover Intention·····	70
2.6.4 Related Research on Turnover Intention·····	72
2.6.5 Review of Turnover Intention·····	73
<b>2.7 Influencing mechanism of management commitment to service quality in</b>	

<b>hotel on employee's job performance and turnover intension .....</b>	<b>73</b>
2.7.1 Related influencing mechanism models .....	74
2.7.2 Review of related influencing mechanism models .....	79
<b>2.8 Chapter Summary .....</b>	<b>81</b>
<b>Chapter 3 Theory and Ideas for Further Research .....</b>	<b>83</b>
<b>3.1 Related Theories and This study Evolved From Them .....</b>	<b>83</b>
3.1.1 Internal Marketing Theory .....	83
3.1.2 Theory of Relationship Quality .....	85
3.1.3 Expectation-Disconfirmation Theory .....	89
3.1.4 Theory of Organizational Trust .....	91
3.1.5 Organizational Commitment Theory .....	93
3.1.6 Environmental Stimuli-Emotional States-Behavioral Responses Theory .....	96
<b>3.2 Enlightenment From Theories .....</b>	<b>102</b>
3.2.1 Enlightenment from Internal Marketing Theory .....	102
3.2.2 Enlightenment from Theory of Relationship Quality .....	104
3.2.3 Enlightenment from Expectation-Disconfirmation Theory .....	105
3.2.4 Enlightenment from Theory of Organizational Trust .....	106
3.2.5 Enlightenment from Organizational Commitment Theory .....	107
3.2.6 Enlightenment from Environmental Stimuli-Emotional States-Behavioral Responses Theory .....	108
<b>3.3 Chapter Summary .....</b>	<b>109</b>
<b>Chapter 4 Constructing Theoretical Model and Theory Hypothesis .....</b>	<b>111</b>
<b>4.1 Foundation of Theoretical Model Construction .....</b>	<b>111</b>
4.1.1 Definition of hotel .....	111
4.1.2 Hypothesis of employee humanity .....	112
4.1.3 Serving objects of hotel and employee .....	113
4.1.4 Hotel as a formal organization .....	114



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库